

УДК 338. 24: 338. 436. 33

Особливості оплати та стимулювання праці в аграрній сфері / Бондаревська К. В. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012. – № 56(962). – С. 20–28. – Бібліогр.: 9 назв.

В статье отражены характерные особенности оплаты и стимулирования сельскохозяйственного труда на современном этапе развития экономики; проведен анализ основных тенденций в отрасли оплаты труда; предложены пути усовершенствования системы материального стимулирования работников сельскохозяйственных предприятий.

Ключевые слова: оплата труда, материальное стимулирование, заработная плата, фонд оплаты труда, премии, доплаты, надбавки, производительность труда.

In the article it were reflected the characteristic features of labour payment and stimulation in agriculture on the modern stage of development of economy; it was conducted the analysis of basic tendencies in labour payment sphere; it were offered the improvements' ways of the material stimulation of workers of agricultural enterprises.

Key words: labour payment, material stimulation, earnings (salary), fund of labour payment, bonuses, additional charges, raises, labour productivity.

УДК 681.83

Л. І. ГАЗІНА, магістрант, НТУ «ХПІ»,

П. В. БРІНЬ, канд.. екон. наук, доцент, НТУ «ХПІ».

МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В роботі були представлені та проаналізовані основні проблеми оцінки конкурентоспроможності підприємств. Описані методи, які стали основою оцінки конкурентного стану підприємства, та визначені основні показники на які спираються дані методи. На основі даних аналізу зроблені висновки та пропозиції щодо удосконалення цих методів.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентна перевага, бенчмаркінг.

Вступ. Однією з головних цілей функціонування будь якого підприємства є максимізація прибутку, та, виходячи з цього, й збільшення масштабів своєї господарської діяльності. Це призводить до боротьби суб'єктів ринку за найбільш вигідні умови виробництва товарів, робіт, послуг, та зростання об'ємів виробництва. В ринковій економіці, на сучасному етапі її розвитку, одним з головних аспектів є конкуренція. Саме вона стимулює постійні розвиток учасників ринку як у плані виробничої діяльності, так і в області управління цією діяльністю.

Конкуренція – це процес суперництва суб'єктів з приводу реалізації ними своїх конкурентних переваг, на конкретному ринку, в конкретний час, для здобуття перемоги або досягнення інших цілей в рамках законодавства або в природних умовах. З поняття конкуренції виходить і поняття конкурентоспроможності. Визначимо поняття конкурентоспроможності підприємства – це здатність організації протистояти на ринку іншим виробникам і постачальникам аналогічної продукції як по ступеню задоволення своїми товарами чи послугами конкретної суспільної потреби, так і по ефективності виробничої діяльності [4, 3].

Аналіз останніх досліджень та літератури. Питаннями управління конкурентоспроможності підприємства займалися такі вчені: С. М. Клименко, О. С. Дуб-

© Л. І. Газіна, П. В. Брінь, 2012

рова, Д. О. Барабась, Т. В. Омеляненко., А. В. Вакуленко, Клименко С.М., Довбуш Р. А. [1, 2, 6]; Фатхутдінов Р. А. розглядав такі питання як стратегічний менеджмент та стратегічна конкурентоспроможність підприємства [4, 8]; вивчала основи оцінки конкурентоспроможності Е. А. Іванова [3]; Азоєв Г. Л. акцентував свою увагу на аналізі та практичному виявленні конкуренції [5].

Мета досліджень, постановка проблеми. Визначити та проаналізувати основні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства, та запропонувати можливі шляхи удосконалення цих методів.

Матеріали досліджень. Розглянемо метод оцінки конкурентоспроможності фірми за Жан-Жаком Ламбенем. Даний метод оцінки ґрунтується на понятті конкурентної переваги. Конкурентна перевага – це ті характеристики, властивості товару або марки, які створюють для фірми певну перевагу над своїми прямими конкурентами. Ці атрибути або характеристики, можуть бути різноманітними і відноситися як до самого товару (послуги), так і до додаткових послуг, які супроводжують базову, до форм виробництва, збуту або продажів, специфічним для фірми або товару. Конкурентна перевага може бути зовнішньою, якщо заснована на відмінних якостях товару, які утворюють цінність для покупця за рахунок або скорочення витрат, або підвищення ефективності. Стратегія, що впливає із зовнішньої конкурентної переваги – це стратегія диференціації, яка заснована на маркетингових ноу-хау підприємства, її перевага у виявленні і задоволенні очікувань покупців, незадоволених існуючими товарами [2].

Конкурентна перевага є внутрішньою, якщо вона базується на перевазі фірми щодо витрат виробництва, менеджменту або товару, що створює цінність для виробника, що дозволяє домогтися собівартості меншою, ніж у конкурента. Внутрішня конкурентна перевага – це наслідок більш високої продуктивності, яка забезпечує фірмі більшу рентабельність і більшу стійкість до зниження ціни продажів, що нав'язується ринком або конкурентами. Стратегія, заснована на внутрішній конкурентній перевазі – це стратегія домінування по витратам, яка базується на організаційному й виробничому ноу-хау фірми.

Проводячи аналіз ситуації на конкретному ринку, зручно спиратися на різноманітні конкурентні структури: чиста конкуренція, олігополія, монополістична конкуренція і монополія.

Одним з найважливіших питань в аналізі конкурентоспроможності підприємства за Ж.-Ж. Ламбеном є аналіз реакції конкурентів. Ламбен пропонує проводити аналіз за трьома факторами: ціна, реклама та якість. До цих трьох факторів доцільно додати і якість сервісу та витрати в сфері споживання товару.

Таким чином матриця еластичності конкурентної реакції є ефективним інструментом передбачення, а вибір позиції по відношенню до конкурента займає одне з центральних місць в виборі будь-якої стратегії.

Розглянемо структурний та функціональний методи. Згідно зі структурним підходом оцінити становище можна за рівнем монополізації галузі, тобто за концентрацією виробництва і капіталу, і бар'єрів для компаній, що входять на галузевий ринок. Іншим підходом до визначення критерію ефективної конкуренції є функціональний. Згідно з цим методом найбільш конкурентоспроможними є підприємства, де найкраще організовані виробництво та збут товару, ефективне управління фінансами.

Матричні методи оцінювання конкурентоспроможності фірм, які ґрунтуються на розгляді процесів конкуренції в динаміці. Теоретичною базою цих методів є концепція життєвого циклу товару і технології. Згідно з цією концепцією, будь-який товар чи технологія, з моменту появи на ринку і до зникнення, проходить певні стадії життєвого циклу, який охоплює етапи впровадження, зростання, насичення і спаду. На кожному етапі виробник може реалізувати товар чи продукт цієї технології в тих чи інших масштабах, що об'єктивно позначається на частці ринку та динаміці продажу. До матричних методів належить і SWOT – аналіз (по першим буквам: сила, сильні сторони; слабкість, слабкі сторони; можливість). Ціль – виявлення приваблюючих напрямків маркетингових зусиль, на яких можливо досягти конкурентних переваг та загроз, які погрожують фірмі [6].

Метод інтегральної оцінки. Інтегральний показник рівня конкурентоспроможності підприємства містить два елементи: критерій, що показує ступінь задоволення потреб споживача, і критерій ефективності виробництва [2].

Одним з найсучасніших підходів до визначення конкурентоспроможності підприємства є метод бенчмаркінгу. Сукупність визначень бенчмаркінгу швидко збільшується, і тому важко сформулювати його точну характеристику. Ціль бенчмаркінгу заключається в тому, щоб на основі дослідження надійно встановити ймовірність успіху підприємства. Одне з визначень бенчмаркінгу характеризує

його як метод виявлення того, що інші роблять краще, та вивчення, удосконалення і застосування методів роботи інших організацій.

Зазвичай бенчмаркінг проводиться за такими параметрами: ринкова частка; якість продукції; ціна продукції; технологія виробництва; собівартість продукції, що випускається; рентабельність продукції, що випускається; рівень продуктивності праці; обсяг продаж; канали збуту продукції; близькість до джерел сировини; якість менеджерської команди; нові продукти; співвідношення світових та внутрішніх цін; репутація фірми.

Бенчмаркінг є надзвичайно корисним інструментом, особливо в ситуації, коли необхідно переглянути внутрішню ефективність діяльності компанії та визначити нові пріоритети діяльності. Зіставлення показників ефективності дає можливість зрозуміти уразливі та раціональні сторони діяльності компанії в порівнянні з конкурентами і світовими лідерами в аналогічній області. Це дозволяє знайти незаповнені ринкові ніші, вийти на ймовірних партнерів по виробничо-технічній кооперації і з'ясувати переваги злиття компаній [5].

Результати досліджень. Переважна більшість методик ґрунтується на виявленні факторів, що визначають конкурентоспроможність господарюючих суб'єктів, при цьому акцент робиться на створенні їх вичерпного переліку. Однак система чинників конкурентоспроможності підприємства є відкритою, а безліч елементів цієї системи – нечіткими. Таким чином, кількість факторів конкурентоспроможності практично нескінченно, отже, як би не був великий їх перелік, він все одно не буде вичерпним, а значить, і заснована на такому неповному переліку оцінка конкурентоспроможності підприємства буде недосконалою.

Визначення конкурентоспроможності підприємства неможливе на базі одного методу. Тому треба чітко розуміти, що постійне проведення аналітичних досліджень, визначення переліку ключових факторів саме для конкретного підприємства, їх аналіз та урахування, в майбутній діяльності – є запорукою ефективної діяльності суб'єкта господарювання.

Висновки. Визначення конкурентоспроможності підприємства є одним з найголовніших інструментів, який використовується для ефективної та прибуткової діяльності фірми. Тому треба постійно та систематично аналізувати ринкову, економічну та технологічну ситуації у галузі, в країні та за її межами.

Список літератури: 1. С. М. Клименко, О. С. Дуброва, Д. О. Барабась, Т. В. Омеляненко., А.В. Вакуленко Управління конкурентоспроможністю підприємства. 2. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник. 3. Е. А. Іванова Оцінка конкурентоспроможності підприємства. 4. Р. А. Фатхутдінов Стратегічна конкурентоспроможність. 5. Азоєв Г. Л. Конкуренція: аналіз, стратегія та практика 6. Довбуш Р. А. Управління конкурентоспроможністю підприємств : підручник. 7. Кузьмін О. Є., Горбаль Н. І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Підручник. 8. Р.А. Фатхутдінов Стратегічний менеджмент

Надійшла до редколегії 11. 10. 2012

УДК 681.83

Методи оцінки конкурентоспроможності підприємств / Газіна Л. І., Брінь П. В. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012 . – № 58(964). – С. 28–32. – Бібліогр.: 8 назв.

В работе были представлены и проанализированы основные проблемы оценки конкурентоспособности предприятий. Описанные методы, которые стали основой оценки конкурентного состояния предприятия, и определены основные показатели на которых опираются данные методы. На основе данных анализа сделанные выводы и предложения относительно усовершенствования этих методов.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентное преимущество, бенчмаркинг.

In the article was presented and analysed the basic problems of assessing of competitiveness of companies. It had described methods which became the basis of estimation of the competition state of companies and defined the main indexes which these methods are leaning on. On the basis of data analysis conclusions have been drawn and developed proposals on the improvement of the methods.

Keywords: competition, competitiveness, competitive advantage, benchmarking.

УДК 336.14

Г. В. ГРУШИЦЬКА, ст. викладач, ЧФ НТУ «ХПІ», Чернівці

БЮДЖЕТНЕ ФІНАНСУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ СТРАТЕГІЇ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

В статті розкрито основні механізми реалізації державної політики, що спрямовані на забезпечення соціально-економічного розвитку регіонів. Виявлено основні причини неефективності діючих механізмів розв'язання проблем регіонів.

Ключові слова: регіон, регіональні стратегії, бюджетні програми

Вступ. На даному етапі здійснення економічних реформ в Україні, актуальним є підвищення рівня децентралізації джерел фінансування регіонального розвитку. Чинна Концепція державної регіональної політики передбачає наближення національного законодавства до норм і стандартів Європейського Союзу, який уже кілька десятиліть досить ефективно здійснює Європейську регіональну політику, побудовану на моделі стійкого розвитку, яка передбачає широкі компетенції регіонів, забезпечені достатніми ресурсами [2]. Відповідно, основною метою діючої Державної стратегії регіонального розвитку є створення умов для підвищення конкурентоспроможності регіонів, забезпечення їх сталого розвитку на сучасній технологічній основі, високої продуктивності виробництва та зайнятості населення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Визначенню сутності конкурентоспроможності регіонів присвячена значна кількість сучасних публіка-

© Г. В. Грушицька, 2012